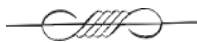


BOBKÓ ANNA

Divat az 1950-es években



Magyarországon a kommunista hatalomátvételtől kezdve elkezdődött az orosz modellhez való igazodás. A kommunista párt (illetve 1948-tól Magyar Dolgozók Pártja) átalakította az ipart, a mezőgazdaságot, kisajátította az üzemeket. Terjesztette a proletár ideológiát, amely áthatotta az élet minden területét: az oktatást, a kultúrát, az életmódot, így a divatot is. A nőideál megváltozott, a divatlapok (épp hogy csak többes számban említhetők, hiszen összesen kettő volt, pontosabban egy és fél) címlapjairól már nem vékony manókenek, hanem dolgozó, olajos kezű és arcú munkásnők tekintettek vissza ránk.

Erőltetett emancipáció az 1950-es években

Ám tekintsük meg először, hogyan is ment végbe a folyamat, mely a manókeneket néhány évre munkanélkülivé tette.

Míg korábban a nők feladata a háztartás vezetésében, a gyermeknevelésben és a férj ellátásában kimerült, addig az '50-es években ez egy nagyon fontos dologgal bővült ki. Az asszonyok ettől kezdve munkát vállalhattak, ezzel pedig kivívhatták maguknak a társadalom elismerését. A gyárak tárt karokkal várták a dolgozni akaró nőket. A legjobban dolgozó, a norma felett teljesítő – sokszor a férfiak teljesítményét túlszárnyaló – asszonyok, lányok képeit és nevüket az újságokban közölték. Az ideális nőkép ezzel kibővült: a jó feleség reggel hatkor kel, hogy reggelit készítsen a családjának, beágyazzon, elmosogasson és elinduljon a gyárba dolgozni. A műszak után pedig hazaérve vacsorával és szép, tiszta otthonnal várja urát. A nőktől tehát egyrészt a férfiakhoz hasonló munkavállalást várták el, másrészt viszont továbbra is elvárás maradt a gyerekeknevelés és a háztartás vezetése.

A női divat

Míg korábban a divattervezők saját kútforrásból dolgozhattak és megvalósíthatták egyéni ötleteiket, addig a kommunista diktatúra időszaka alatt ez nem volt megengedett. Mint oly sok mindent, a divatot is kisajátította a Párt. Kezdték ezt az üzemek államosításával, és folytatták a ruhaszalonokkal. A tulajdonosnak nem volt sok választása: vagy külföldre emigrált és ott próbált meg divatházat nyitni, vagy itthon maradt és saját szalonja alkalmazottjaként dolgozott tovább.

1950-ben létrehozták a Ruhaipari Tervező Vállalatot, amelynek tervezőit felruházták azzal a joggal, hogy ők öltöztessék az országot. Míg korábban az egyéniség kifejezője volt a ruházkodás, mostanra elvesztette ezt a funkcióját. A proletár társadalom nem ismert el osztálykülönbséget! Az egységesítést a ruházkodással is kifejezésre akarták juttatni. Az '50-es évek divatját három szóval jellemezték: egyszerű, praktikus, munkavégzéshez kényelmes. Igen, hiszen a divat ekkor már nem a „divatozásról” szólt. Az államosított konfekcióipar elkezdte gyártani az egyszerű, puritán, silány minőségű ruhákat.

Az öltözködés uniformizálódása

figyelhető meg ekkor. A tervezők már nem a „dísznőknek” alkottak. Elvetendő burzsoá, kispolgári szokássá vált a lakkcipő, a kalap, a nyakkendő, a mélyen dekoltált ruha, az ékszer, a bizsu, a rúzs, a körömlakk és a smink. Erről tanúskodik Ritter Magdolna írása is: „Egy szál ruhában is jólöltözöttek vagyunk, ha könnyű nyári ruhánk a jó ízlés határain belül marad, s nem engedünk meg magunknak még kánikula címén sem derékig kivágott, szémsértő öltözéket.”¹

Ekkor nyitotta meg kapuit az Állami Áruház Vállalat (a későbbi Centrum Áruház), melynek kínálata igen szegényes volt: silány anyagú, rossz szabású, unalmas, konzervatív ruhák. A férfiak körében a lódenkabát, a micisapka és svájcisapka vált elterjedtté. A nők kartonruhát, kartonszoknyát, flanelinget hordtak. Sokan azonban még ezt a fajta „divatozást” sem engedhették meg maguknak. Bizonyos munkáscsaládokban hiába dolgozott a férj és a feleség is, nem tellett új ruhára. A falusi öltözködés változatlan maradt, hiszen az új „trendek” nem jutottak el a kisebb falvakba.

Az áruházakban kapható termékekre igen sok panasz volt: a férfinépek összemertek a mosásban, ugyanazt a mintát nyomták selyemre, flanelra, kartonra egyaránt, így az anyagok sablonossá váltak. A cipők belsejében lévő kiálló szögeket nem távolították el, így azok már a próbánál kiszakították a vevők harisnyáját. Az '50-es évekre jellemző volt az általános áruhiány, és a kevés választék is láthatjuk, milyen volt. A divat elszürkült...

A jampecok, avagy akik megtörték a szürke hétköznapiakat

A divat teljes elszürkülését a jampecok próbálták megakadályozni, felemás sikerrel. Ők olyan fiatalok voltak, akik öltözködésükkel és mentalitásukkal is ellentmondtak a meglévő rendszernek. Ők hordtak

először csónadrágot színes ingekkel, mintás nyakkendőkkel, laza, ejtett vállú zakókkal, csíkos zoknival, színes gumitalpú cipőkkel és cowboy kalappal. A jampeclányok szűk szoknyát és zsákkabátot hordtak, hajukat lófarokba fonták, vagy daueroltatták. Később hazánkban ők viselték először az egész világot meghódító viseletet: a farmert. Ezeket a ruhadarabokat nem volt könnyű megszerezni, általában feketén jutottak hozzá. A jampecok jellemzője volt még a „vad tánc”, a nyegle beszéd. Ezek a fiatalok a városhoz való tartozást, a nyugat követését akarták kifejezni, ezáltal szubkultúrát alkotva a „szürke Magyarországon”.

Divatbemutató anno

Míg korábban évente többször is rendeztek divatbemutatókat, addig az '50-es évek elején erre csak kétszer került sor a margitszigeti Nagyszállóban. A Ruhaipari Tervező Vállalat itt mutatta be a szezonok aktuális, és mindenki számára követendő divatját.

Később egyre sűrűbben szerveztek bemutatókat, főleg a nagy munkásvárosokban, hiszen a dolgozó nők kíváncsiak voltak, hogy hogyan tehetik magukat csinosná. A csontsovány manökeneket azonban felváltották a hús-vér asszonyok. Ettől kezdve munkásasszonyok mutatták be a ruhákat társaiknak. A rendezvény után az áruházak közvélemény kutatást tartottak, hiszen fontosnak tartották megismerni vásárlóik véleményét. És az sem volt meglepő, hogy a kifutót szigorú tekintettel figyelte Rákosi, Lenin vagy Sztálin portréja.

Nyitás a színek felé

Nagy Imre miniszterelnöksége enyhülést hozott a divat területén is. Az újságokban megjelenhettek reklamáló cikkek a silány minőségű ruhák miatt. A vásárlók elsősorban

az unalmas konfekció-árak miatt panaszkodtak, de kifogásolták a rendkívül csúnya kinézetű gyermekszandálokat is.

Az új kormány megpróbált az áruhiány ellen is tenni, de ennek megoldása nem ment egyik napról a másikra. Fokozatosan próbáltak bővíteni az anyag- és árukészletet. A fogyasztók igényeihez való igazodásról tanúskodik Farkas Mihály országgyűlési beszéde 1954-ből: „A fogyasztók véleményét, ízlését törvénynek kell tekinteni! Ehhez a törvényhez kell, hogy igazodjék a belkereskedelem, de az ipar is. Fel kell hívni a könnyűipar figyelmét, hogy ápolja és fejlessze a magyar divatot, amelynek híre azelőtt messze túlszárnyalta hazánk határait. Törődnünk kell azzal, hogy a magyar asszonyok és lányok, valamint gyermekeink csinosabban és szebben öltözködhessenek.”²

A korabeli divatlapok (*Nők Lapja*, *Ez a divat*) hasábjain megjelentek az árszállításokról szóló cikkek. Új színeket kezdtek el használni a tervezők, és a lódenkabát gyapjútartalmát is megemelték, ezáltal javítottak minőségén. Megjelent egy új anyag is: a nejlon, mely tökéletes megoldást jelentett az emancipált nők rohanó mindennapjainak öltözködésében. A *Nők Lapja* 1956-os számában a nejlon népszerűsítéséről olvashatunk: „Utazáshoz álmodni sem lehet jobbat: este kiöblítéd, vállfára teszed, s reggel vár a vakító fehér, töretlenül friss blúz és fehérenemű. A dolgozó asszonyok számára találták ki, akiknek nincs idejük vasalgatni...”³ Megkezdődött tehát a divat normalizálása, nyitás a „színes világ” felé...

Egy és fél divatlap

Ha egy hölgy az '50-es években tájékozódni akart a legújabb divatról, bizony nem kellett sokáig válogatnia a különböző szakirányú sajtóorgánumok között, hiszen csak egy volt, méghozzá az „*Ez a divat*”, mely havonta jelent meg. Mivel az átlag állampol-

gárnak nem volt lehetősége külföldre utazni, és ott tájékozódni a legújabb trendekről, az újság minden hónapban külön rovatot szentelt ennek, a címe pedig: „*Modelljeink külföldön*” volt. Az olvasó így betekinthezett a moszkvai, prágai, sőt berlini, párizsi divatba is! A hazai modelleknek állandó helyük volt a lap hasábjain. Minden számban megjelentek képek hazai divatbemutatókról. A „*Divatbeszámoló*” című rovatban mindig a legeslegfrissebb divatújdonságokról olvashattak a kedves érdeklődők. A lap utolsó oldalán pedig minden számban ott szerepelt az elmaradhatatlan javaslat, amely egy-egy jó ötletet adott a ruhák átszabásához, a foltok kiszedéséhez vagy éppen a cipőápoláshoz.

És hogy mit is érték „fél” divatlapon? A „*Nők Lapja*” című, szintén havonta megjelenő lap 1950-ben látta meg a napvilágot. Szerkesztői hivatásuknak tekintették a nők jó proletár szellemében való informálását, valamint a kommunista erkölcs terjesztését. Az 1950. augusztusi számból kiderül, hogy a magyar ruhaipar termékeiből még adományokra is futotta: „az amerikaiak golyót, – a demokratikus népek ruházatát küldenek meztelen gyermekeinknek...” – nyilatkozta egy olasz asszony.⁴

A lap utolsó oldalán található szabásminta és divatrajz próbálta meg kielégíteni az olvasók divatéhségét. Hogy az akkori hölgyek hogyan vélekedtek erről, nem tudom, de egyben biztos vagyok: én „éhen maradtam” volna.

JEGYZETEK

¹ *Nők Lapja*. 1950. július 13.

² *Ez a divat*. 1954. 4. szám.

³ *Ez a divat*. 1956. 3. szám. (Fehér Rózsa cikke)

⁴ *Nők Lapja*. 1950. augusztus 17.